

『 家族と一緒に時間を過ごしました 』

《 週休二日制普及促進DAYの実施率は9割 》

～働き方改革 週休二日制普及促進キャンペーン～

岩手県内の行政機関及び建設業界団体が協働で、週休二日制普及促進キャンペーンとして、公共工事を一斉にお休みする日『週休二日制普及促進DAY』を3日間※1設定して取り組みました。

この度、今後の週休二日制普及促進の取り組みを実施していくうえでの参考とするため、アンケート調査を実施しましたのでその結果をお知らせします。

このアンケートでは、増えた休日の過ごし方として「家族と一緒に過ごす」「趣味の時間に」などの声がありました。

今後も引き続き、建設産業界における働き方改革を推進して参ります。

※1 2019年度：4月、6月、7月の3ヶ月間、第2土曜日の3日間

1. アンケート回答状況

発注機関別回答工事件数（岩手県建設業協会及び岩手県建設産業団体連合会企業1276社のうち306社から回答のあった工事件数に、県外企業の70社から回答のあった工事件数を加えて算出）

【回答企業社数 376社】※24%（306/1276：県内企業をベースに算出）

- ・国 163件
- ・岩手県 463件
- ・市町村 556件
- ・その他 893件

（土地改良区、民間等）

合計 2,075件

※岩手県建設業協会及び建設産業団体連合会の企業及び技術者にアンケートを実施。

※この他県内で工事を行っている県外企業の監理技術者にアンケートを実施。

2. アンケート結果

別添のとおり

<発表記者会：岩手県政記者クラブ、東北専門記者会>

【問い合わせ先】

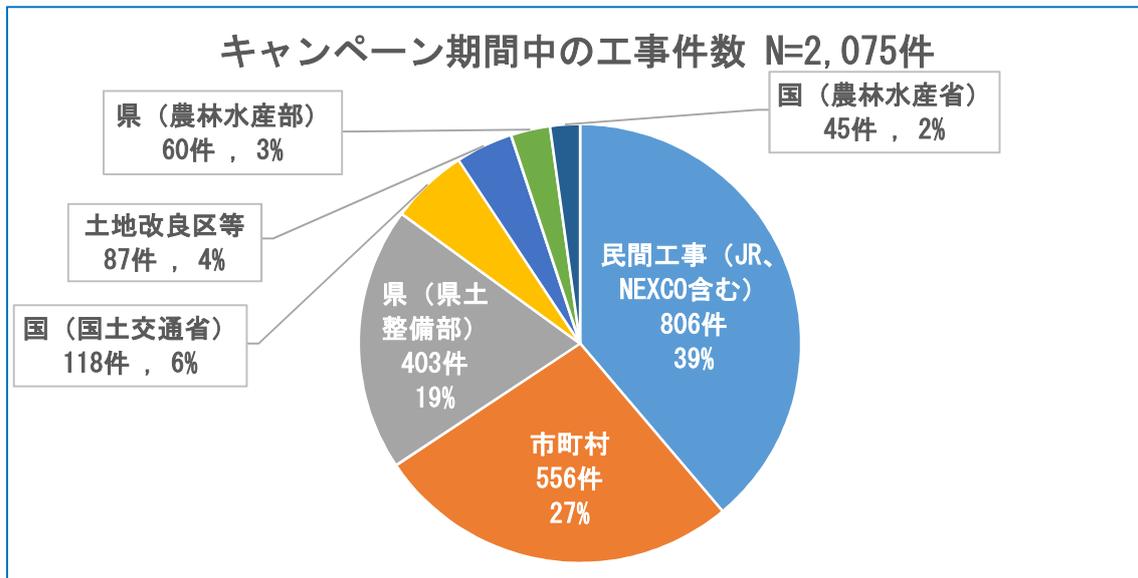
国土交通省 東北地方整備局	岩手河川国道事務所	TEL: 019-624-3131
	副所長（河川）	堀井 一保（内線：204）
	計画課長	深渡 義哲（内線：261）
一般社団法人 岩手県建設業協会	TEL: 019-653-6111	
	専務理事	佐々木 幸弘
	企画課課長代理	藤村 誠一郎

2019年度 週休二日制普及促進DAY キャンペーンアンケート調査結果

1. 週休二日制普及促進DAYの実施状況

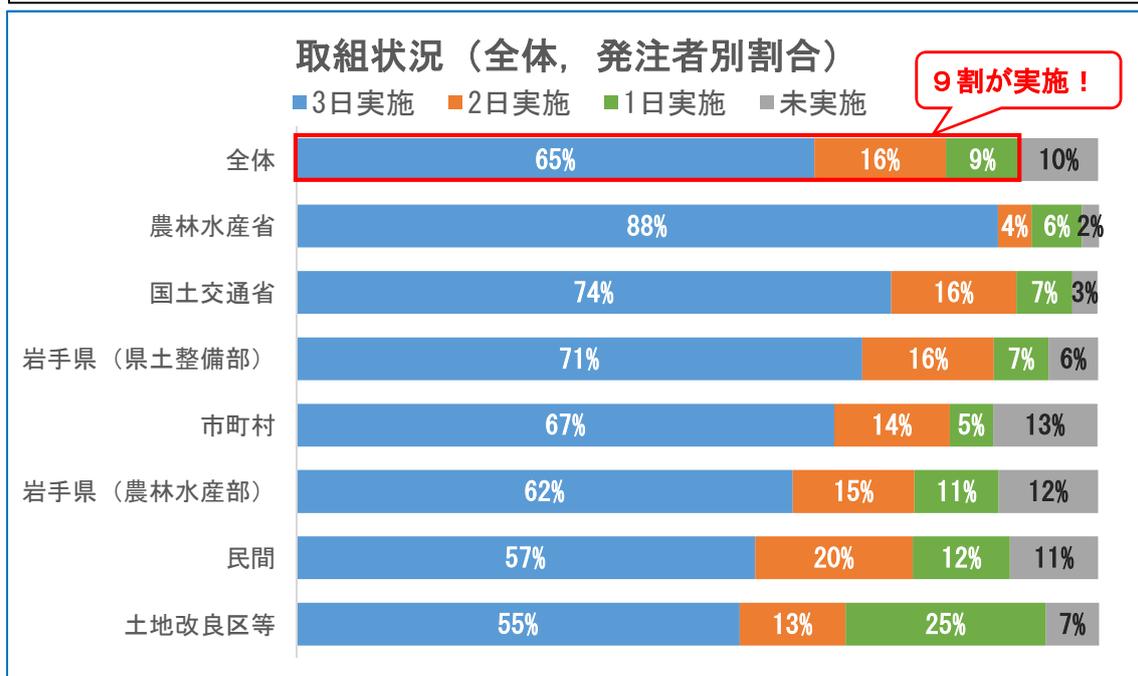
1-1 キャンペーン期間中の工事件数（発注者別）

- キャンペーン期間中の工事件数は全体で2,075件。
- 発注者別では民間が多く、次いで市町村、岩手県(県土整備部)の順番。



1-2 週休二日制普及促進DAYの取組状況

- 3日間全て取り組んだのは、全体で6割を超え、未実施は1割。
- 発注者別では農林水産省が多く、次いで国土交通省、岩手県(県土整備部)の順番。

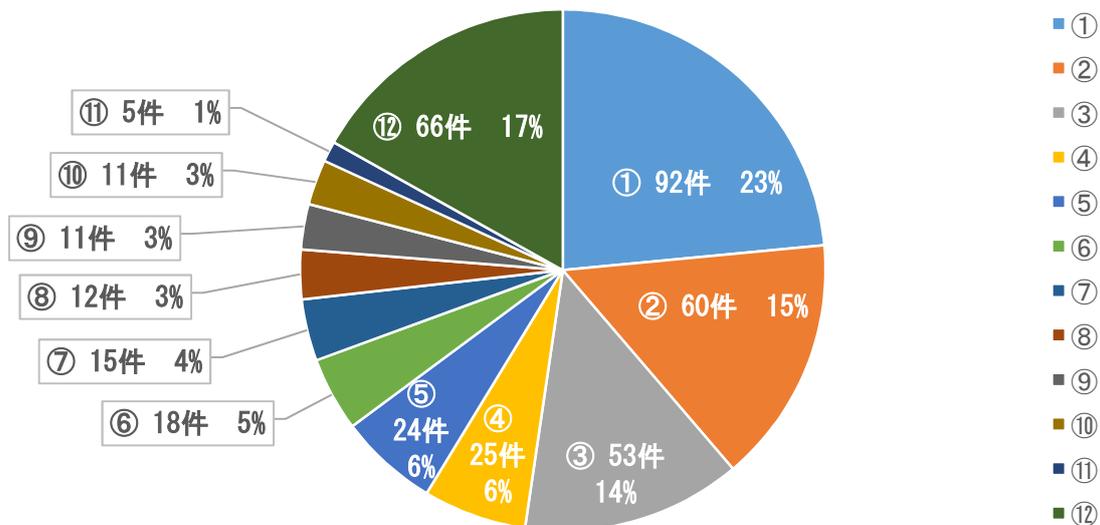


2019年度 週休二日制普及促進DAY キャンペーンアンケート調査結果

1-3 週休二日を実施できなかった理由は何ですか

- 未実施理由(3日~1日)は、「工程上やむを得なかった」が1番目に多く、次に「その他」「降雨等による振替」の順番となった。
- 「その他」の理由では、「天候の良い日に少しでも工程を前倒したい」や「元々工程が厳しい」「工程遅延の挽回」など「工期・工程」に関する理由が多くあった。

週休二日未実施理由
【全体】



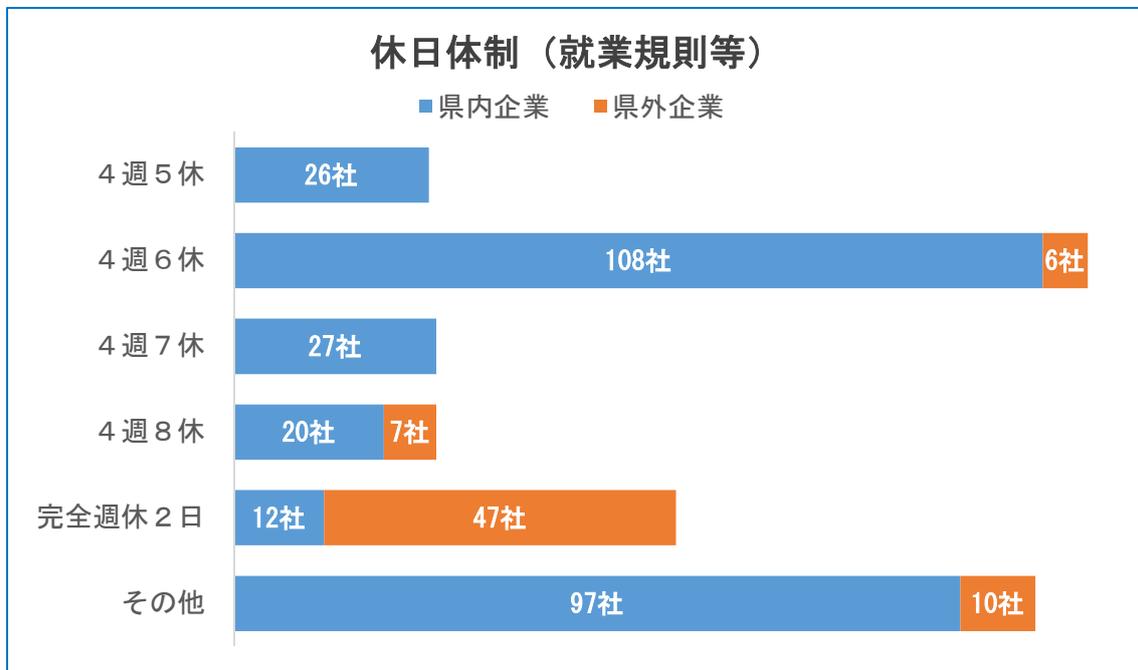
■未実施の理由

- ①当初から休日作業を見込んで工程計画を作成しており、調整が困難で工程上止むを得なかったため
- ②降雨等による休工日の振替のため
- ③下請け(協力業者)又は元請けから作業要請があったため
- ④週休二日制普及促進キャンペーンを知らなかったため
- ⑤日給月給により、作業員・技能者等が土曜日の作業を望んでいるため
- ⑥地元や関係機関からの要請により作業日となったため
- ⑦災害等の緊急工事のため
- ⑧週休二日の取組に対して、見合った費用が計上されるか不明(不安)なため
- ⑨発注者側が週休二日の取組をしていないため
- ⑩工期が不足し協議したが工期延長等をしてもらえなかったため
- ⑪週休二日の工事を実施しても評価に繋がらない(利益にならない)ため
- ⑫その他

2019年度 週休二日制普及促進DAY キャンペーンアンケート調査結果

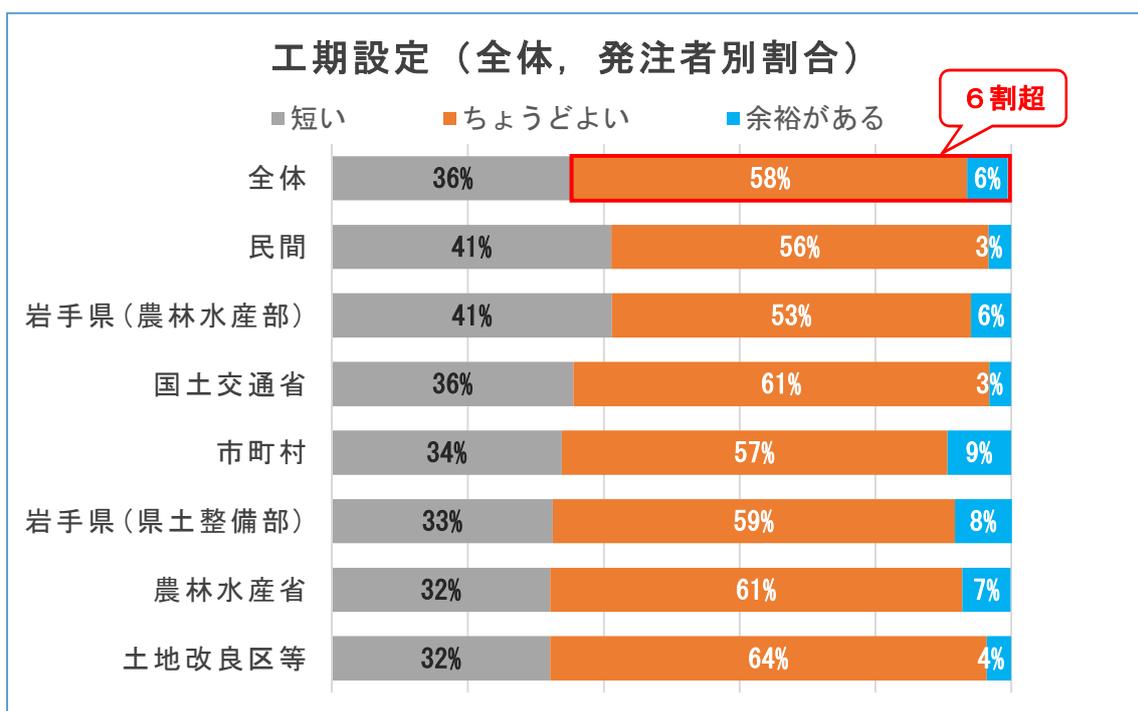
2. 貴社の休日体制について

- 休日体制は、4週6休の職場が一番多かった。
- 「その他」では自社で定めた年間変形労働時間制(カレンダー)によるものがあった。



3. 貴社が受注した工事の工期設定について

- 工期設定では全体でみると、「ちょうどよい」や「余裕がある」の割合が6割を超えた。
- 「工期が短い」と回答のあった割合を発注者別でみると、民間が1番目に多く、次に岩手県(農林水産部)、国土交通省の順番となった。



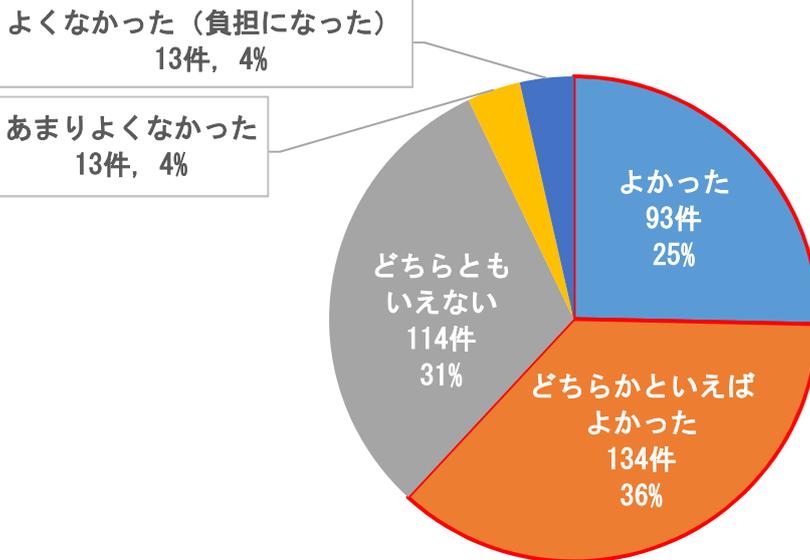
2019年度 週休二日制普及促進DAY キャンペーンアンケート調査結果

4. キャンペーン感想と今後の取組について

4-1 キャンペーンを実施についての感想

- 「よかった」及び「どちらかといえばよかった」が全体の6割を超えた。
- 「どちらともいえない」の回答が3割程あった。

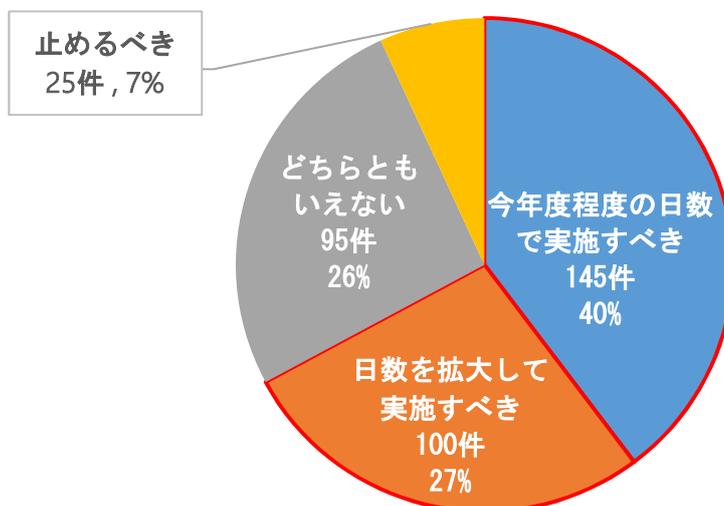
キャンペーン実施についての感想



4-2 キャンペーンの今後について、どの様にしたらよいでしょうか

- 「日数を拡大」及び「今年度程度の日数」で実施が全体の7割近くあった。
- 「どちらともいえない」の回答が3割程あった。

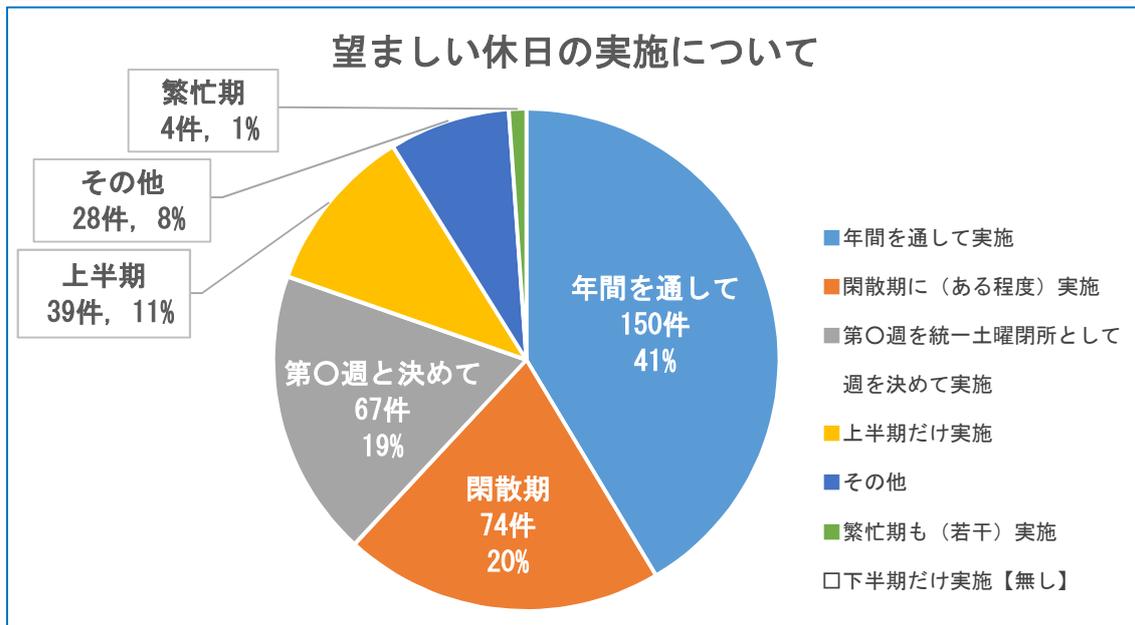
キャンペーンの今後について



2019年度 週休二日制普及促進DAY キャンペーンアンケート調査結果

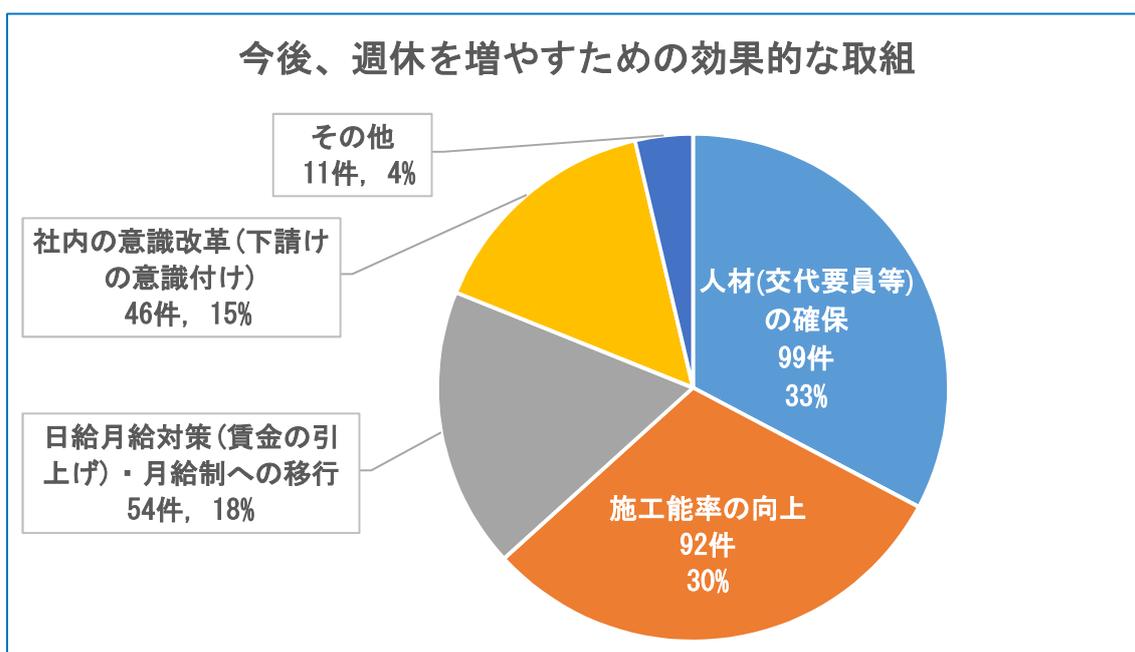
4-3 今後のキャンペーン実施時期（期間）について

- 「年間を通して」が約4割と1番多く、「上半期に実施」と合わせて実施期間の回答が約5割あった。
- 「第〇週と決めて実施」の回答が約2割となった。



5. 今後、週休二日を増やすための効果的な取組は

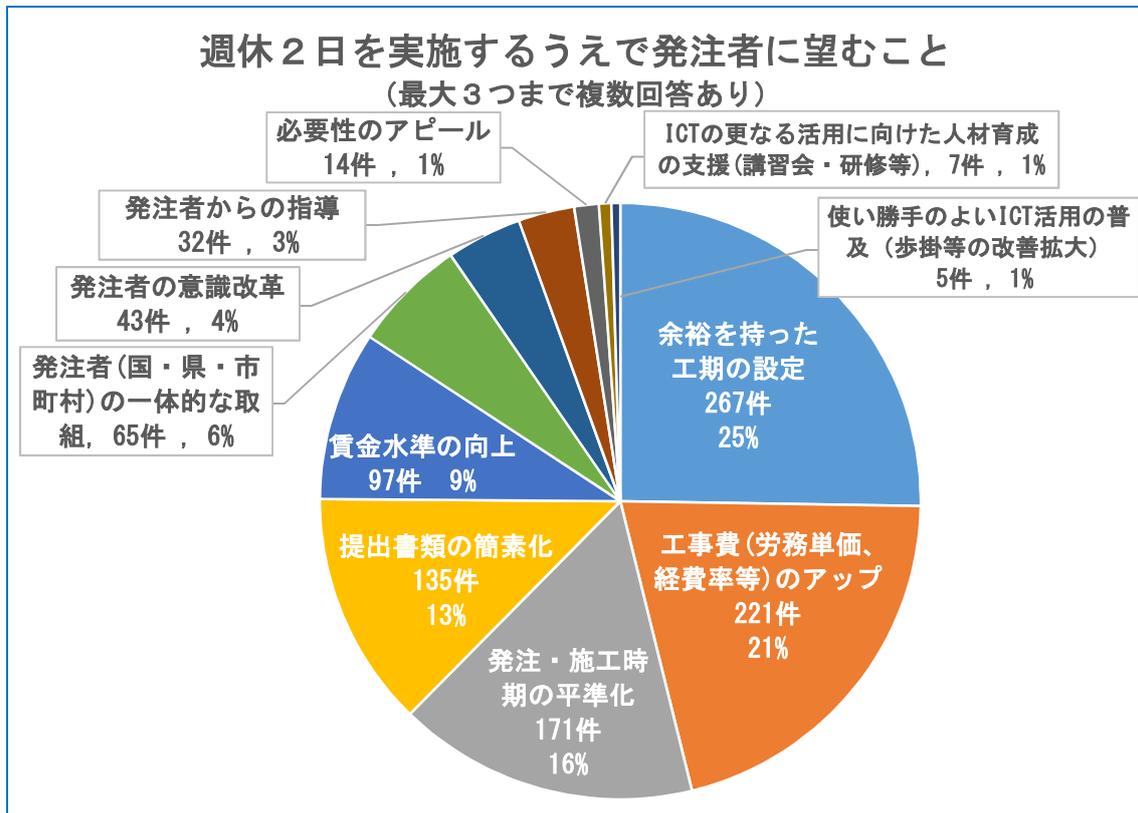
- 「人材の確保」が1番目に多く、次に「施工能率の向上」と続き、同程度の割合であった。
- その他意見では、「公共工事のみならず民間発注者へのアピールなどの働きかけ」や「標準的な発注」といった回答があった。



2019年度 週休二日制普及促進DAY キャンペーンアンケート調査結果

6. 今後、週休二日を実施するうえで発注者に望むことは何ですか

- 「余裕を持った工期の設定」の回答が1番多く、「発注・施工時期の平準化」と合わせてみると工事発注に対する回答が約4割になった。
- 「工事費のアップ」の回答が2番目に多かった。
- 「提出書類の簡素化」に対する回答も多かった。



7. 技術者の方から寄せられた主な意見・提案等

【キャンペーン期間中の休日における過ごし方、やってみたいこと】

- ・家族と一緒に過ごす。(子供の行事の参加、旅行、買い物等) ※計画を立てやすい。
- ・趣味の時間に使う。(スポーツ、旅行、ゴルフ、釣り)
- ・体をゆっくり休める。
- ・農作業、草刈、家庭菜園、家事などに使う。
- ・資格取得の勉強をする。

【普段仕事をしていて感じること等】

- ・工事を担当すると工期に影響されるため週休二日は難しい。
- ・現場は天候や気候に左右されるため、工期の関係上休めない場合がある。
- ・書類の作成や提出書類が多いため、書類の簡素化が必要と思う。
- ・繁忙や閑散の落差を減らし、年間を通して働くために、平準化してほしい。
- ・週休二日制普及促進DAY ということで休むように促していただいたことで、後ろめたい気持ちも無く休むことができ、リフレッシュできた。